



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN

“PENGARUH *HALAL AWARENESS, TRUST, DAN PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP MINAT MEMBELI MELALUI JASA TITIP PRODUK HALAL PADA MASYARAKAT MUSLIM DI INDONESIA”



Disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan
dari Politeknik Negeri Jakarta

Disusun oleh:

Salsabilla Julia Putri / 2204411020

PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH

PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN

JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2026



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Salsabilla Julia Putri

NIM : 2204411020

Program Studi : Keuangan dan Perbankan Syariah

Judul Skripsi : “Pengaruh *Halal Awareness*, *Trust*, Dan *Perceived Ease Of Use* Terhadap Minat Membeli Melalui Jasa Titip Produk Halal Pada Masyarakat Muslim Di Indonesia”

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Ach. Bakhrul Muchtasib, S.E.I., M.Si, (

Anggota Penguji : Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M. (

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 02 Juli 2026

Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Bambang Waluyo, S.E., AK., CA., SAS., M. Si.

NIP. 197009131999031002



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Laporan skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Skripsi ini telah saya kutip dan rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Salsabilla Julia Putri

NIM : 2204411020

Program Studi : Keuangan dan Perbankan Syariah

Depok, 02 Juli 2026



Salsabilla Julia Putri
NIM. 2204411020



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Salsabilla Julia Putri
Nomor Induk Mahasiswa : 2204411020
Jurusan / Program Studi : Akuntansi / Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh *Halal Awareness, Trust, Dan Perceived Ease Of Use* Terhadap Minat Membeli Melalui Jasa Titip Produk Halal Pada Masyarakat Muslim Di Indonesia

Disetujui oleh Pembimbing

Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M.
NIP. 196206081991032001

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Diketahui oleh
Kepala Program Studi

Ach. Bakhrul Muchtasib, S.E.I., M.Si,
NIP: 197902232014041001

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi terapan yang berjudul *“Pengaruh Halal Awareness, Trust, dan Perceived Ease of Use terhadap Minat Membeli Melalui Jasa Titip Produk Halal pada Masyarakat Muslim di Indonesia”*. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyelesaian penelitian tidak terlepas dari bantuan, dukungan, arahan, serta motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama proses penyusunan skripsi ini. Secara khusus, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M, selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Bambang Waluyo, S.E., AK., CA., SAS., M. Si. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta
3. Bapak Ach. Bakhrul Muchtasib, S.E.I., M.Si. selaku Kepala Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah, sekaligus selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan arahan demi penyempurnaan penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan selama penyusunan penelitian skripsi berlangsung.
5. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, khususnya Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, serta bantuan administrative selama masa perkuliahan.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

6. Orang tua dan keluarga penulis yang telah banyak memberikan kasih sayang dan doa yang tiada henti, serta dukungan juga motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan tepat waktu.
7. Teman-teman penulis khususnya Aliyyah Yasmin, Ririn Septiani, dan Try Lesmana terima kasih atas kebersamaan, semangat, dan dukungan sejak awal perkuliahan hingga tahap akhir.
8. Teman-teman Organisasi Departemen Kominfo HMJA yang selalu memberi dukungan serta menjadi tempat keluh kesah dan saling menguatkan dalam proses penyusunan Skripsi ini.
9. Seluruh pihak yang telah berperan dalam proses penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu tanpa mengurangi rasa terima kasih penulis.

Depok, 02 Juli 2026

Salsabilla Julia Putri
NIM. 2204411020

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	14
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 <i>Halal Awareness</i>	16
2.1.2 <i>Trust</i>	17
2.1.3 <i>Perceived ease of use</i>	19
2.1.4 Minat Konsumen.....	21
2.1.5 Jasa Titip (Jastip)	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Berpikir	32
2.4 Hipotesis Penelitian	33



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB III.....	37
METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Objek Penelitian	37
3.3 Metode Pengambilan Sample	38
3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian	40
3.5 Metode Pengumpulan Data	41
3.6 Definisi Operasional Variabel	42
3.7 Metode Analisis Data	45
3.7.1 Analisis Model Pengukuran (Outer Model).....	46
3.7.2 Analisis Model Struktural (Inner Model)	47
3.7.3 Analisis Uji Hipotesis	48
BAB IV	50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Desain Penelitian	50
4.1.1 Uji Validitas dan Reabilitas (Pre-Test).....	51
4.1.2 Gambaran Umum Responden	52
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Analisis Model Pengukuran (Outer Model).....	55
4.2.2 Model Struktural (Inner Model)	60
4.2.3 Uji Hipotesis	62
4.3 Pembahasan	65
4.3.1 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesisi Parsial	66
4.3.2 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesisi Simultan	70
BAB V.....	72
PENUTUP.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	85



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Agama	1
Gambar 1. 2 Jastip berdasarkan kategori barang	3
Gambar 1. 3 Penduduk Bertransaksi Online Tertinggi	9
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4. 1 Validitas Konvergen	56
Gambar 4. 2 Hasil Uji Hipotesis (Boostrapping)	63





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Skala Likert	42
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Pre-Test	51
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reabilitas Pre-Test.....	52
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili.....	54
Tabel 4. 6 Nilai Outer Loading	56
Tabel 4. 7 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	57
Tabel 4. 8 Hasil Uji Cross Loading.....	58
Tabel 4. 9 Nilai Cronbach's alpha dan Composite reliability	59
Tabel 4. 10 Hasil Nilai R-Square	60
Tabel 4. 11 Hasil Nilai F-Square.....	60
Tabel 4. 12 Hasil Nilai Q-Square	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis (Bootstrapping).....	63
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Hipotesis	65

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Salsabilla Julia Putri

Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah

Pengaruh *Halal Awareness*, *Trust*, dan *Perceived ease of Use* Terhadap Minat Membeli Melalui Jasa Titip Produk Halal Pada Masyarakat Muslim di Indonesia.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Halal Awareness*, *Trust*, dan *Perceived Ease of Use* terhadap minat masyarakat Muslim di Indonesia dalam membeli produk halal melalui layanan jasa titip (*jastip*). Penelitian kuantitatif ini melibatkan 120 responden yang dipilih berdasarkan kriteria penelitian. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Halal Awareness* dan *Trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli melalui jasa titip produk halal. Sementara itu, *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif namun tidak signifikan. Secara bersama-sama, ketiga variabel tersebut terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa kesadaran terhadap kehalalan produk dan kepercayaan kepada penyedia jasa merupakan faktor utama yang mendorong minat masyarakat Muslim menggunakan jasa titip produk halal. Sedangkan kemudahan penggunaan layanan, bukan menjadi pendorong yang dominan dalam intensi pengambilan keputusan untuk membeli.

Kata Kunci: *Halal Awareness*, *Trust*, *Perceived Ease of Use*, Minat Membeli, Jasa Titip Produk Halal.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Salsabilla Julia Putri

Sharia Finance and Banking Study program

The Influence of Halal Awareness, Trust, and Perceived Ease of Use on Purchase Interest through Halal Entrusted Products Service in the Muslim Community in Indonesia.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Halal Awareness, Trust, and Perceived Ease of Use on the purchase intention of Muslim consumers in Indonesia through “halal entrusted products service” (jasa titip or jastip). The quantitative research employed 120 respondent selected based on predetermined criteria. Data were analyzed using the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) with the assistance of SmartPLS 4 software. The findings reveal that Halal Awareness and Trust have a positive and significant effect on purchase intention through halal jastip services. Meanwhile, Perceived Ease of Use has a positive but insignificant effect on purchase intention. Simultaneously, all three variables were found to have a positive and significant influence on purchase intention. The results indicate that awareness of product halalness and trust in service providers are the primary factors driving Muslim consumers' intention to do shopping through halal jastip services, whereas ease of use is not a dominant drive in their purchasing intentions.

Keywords: *Halal Awareness, Trust, Perceived Ease of Use, Purchase Intention, Halal Entrusted Products Service*

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, sehingga memiliki basis konsumen yang sangat besar untuk produk dan layanan halal. Berdasarkan data terbaryu yang dirilis oleh Direktorat Jendral Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil) Kementrian dalam Negeri pada semester II tahun 2025, Total Penduduk Indonesia mencapai 288,32 juta jiwa, dengan 251,26 juta jiwa (87,15%) beragama islam. Jumlah ini meningkat sekitar 1,44 juta jiwa dari semester sebelumnya (Disdukcapil, 2026). Angka tersebut menunjukkan dominasi demografis umat Muslim dalam struktur populasi Indonesia seperti terlihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Agama
Sumber: Kementrian Dalam negeri (2025)

Potensi ekonomi dari populasi Muslim yang besar ini juga tercermin dalam besarnya nilai konsumsi halal. Laporan resmi menunjukkan bahwa pengeluaran masyarakat Muslim di Indonesia untuk produk dan layanan halal mencapai sekitar USD 184 miliar pada tahun 2020 dan diproyeksikan meningkat menjadi

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

sekitar USD 281,6 miliar pada tahun 2025, yang mencerminkan kontribusi signifikan terhadap industri halal domestik maupun global (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2022).

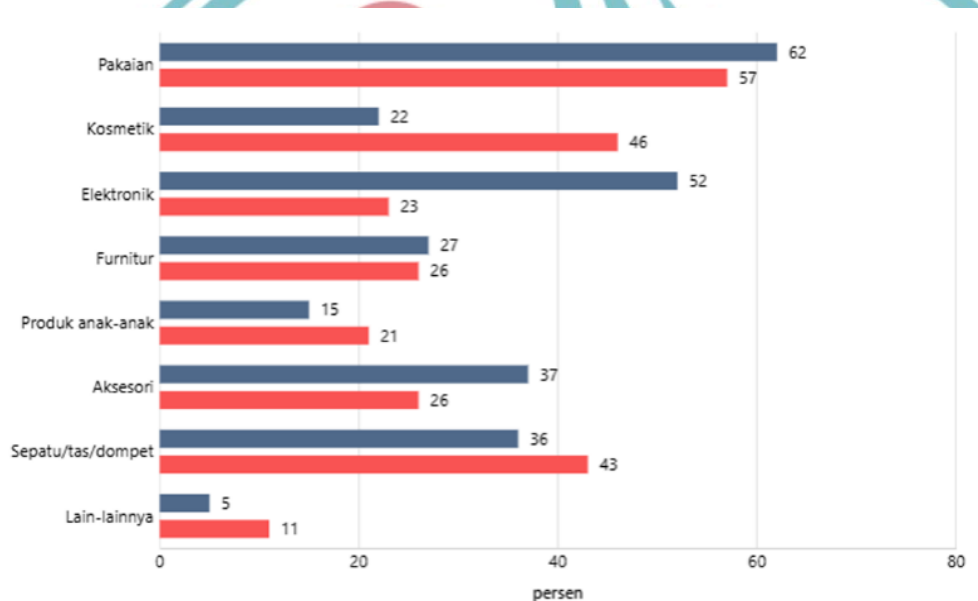
Seiring dengan meningkatnya potensi pasar konsumsi halal, perkembangan ekonomi digital juga memainkan peran penting dalam memperluas akses masyarakat terhadap produk dan layanan. Perkembangan teknologi telah melahirkan konsep ekonomi digital, yaitu sistem perekonomian yang memanfaatkan teknologi digital sebagai elemen utama dalam menjalankan berbagai aktivitas ekonomi, mulai dari proses produksi hingga distribusi. Pada tingkat global, digitalisasi telah membuka berbagai kesempatan baru yang mendorong terciptanya inovasi, peningkatan efisiensi, serta perluasan akses ekonomi bagi masyarakat. Kemajuan ekonomi digital juga dapat diamati melalui pertumbuhan berbagai sektor berbasis teknologi, seperti perdagangan elektronik (e-commerce), layanan teknologi keuangan (financial technology atau fintech), serta perusahaan rintisan (startup) yang terus berkembang dan berkontribusi terhadap aktivitas perekonomian modern (Purba et al., 2025). Berdasarkan survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menyebutkan bahwa jumlah dari pengguna internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 229 juta atau sekitar 80,66% dari jumlah total populasi, yang menunjukkan tingginya tingkat Penggunaan teknologi digital pada banyaknya aktivitas masyarakat, salah satunya dalam kegiatan transaksi berbelanja secara online (APJII, 2025).

Perkembangan ekonomi digital mendorong pertumbuhan berbagai model bisnis baru dalam aktivitas perdagangan dan konsumsi. Salah satu model bisnis yang berkembang seiring transformasi digital adalah layanan jasa titip (jastip), yaitu layanan perantara pembelian barang berdasarkan permintaan konsumen (Azzahra et al., 2025). Praktik ini awalnya bersifat informal, namun kemudian berkembang pesat seiring pemanfaatan platform digital seperti Instagram, tiktok, dan Facebook sebagai media promosi dan transaksi.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Transformasi tersebut menjadikan jastip sebagai peluang usaha yang memudahkan konsumen mendapatkan produk yang tidak tersedia di pasar lokal, termasuk barang impor, fashion, kosmetik, makanan, hingga produk edisi terbatas (Fathoni, 2024). Survei yang dilakukan oleh Jakpat (jajak pendapat) menunjukkan bahwa sekitar 54% dari 1.603 responden telah mengaplikasikan jasa titip guna memperoleh produk tertentu. Hasil survei tersebut juga mengindikasikan bahwa produk yang paling dominan dibeli melalui layanan jastip antara lain pakaian, kosmetik, serta produk elektronik, terlihat pada Gambar 1.2 (Ahdiat, 2024)



Gambar 1. 2 Jastip berdasarkan kategori barang
Sumber: Databox (2024)

Hasil survei tersebut juga menunjukkan adanya perbedaan preferensi pembelian antara responden laki-laki dan perempuan, terlihat bahwa terdapat perbedaan preferensi pembelian antara responden pria dan Wanita dalam menggunakan layanan jasa titip. Pada kelompok pria, produk yang sering dibeli yaitu pakaian dengan persentase 62%, dan produk elektronik sebesar 52%. Sedangkan konsumen Wanita lebih banyak membeli produk yang berkaitan dengan fashion dan kecantikan. Hal ini dapat dilihat pada persentase pembelian pakaian yang mencapai sekitar 57%, sementara kosmetik 46%. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa perbedaan kebutuhan dan preferensi konsumsi turut memengaruhi jenis produk yang dibeli melalui jasa titip.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Meningkatnya penggunaan jasa titip juga mendorong berkembangnya aktivitas jasa titip luar negeri sebagai salah satu alternatif masyarakat dalam memperoleh berbagai produk internasional yang sulit ditemukan di pasar domestik. Fenomena tersebut didukung oleh hasil survei Jakpat yang menunjukkan bahwa 21% responden lebih memilih produk internasional dibandingkan produk lokal karena dipersepsikan memiliki kualitas yang lebih baik serta tingkat kepercayaan yang lebih tinggi (Adi Ahdiat, 2024). Meningkatnya permintaan terhadap produk impor tersebut menjadikan jasa titip sebagai salah satu alternatif yang banyak dimanfaatkan masyarakat untuk memperoleh barang dari luar negeri. Besarnya aktivitas jasa titip luar negeri juga tercermin dari data Direktorat Jenderal Bea dan Cukai yang mencatat 422 kasus pelanggaran jasa titip di Bandara Internasional Soekarno-Hatta selama periode Januari–September 2019, dengan total 140.863 *consignment notes* (dokumen pengiriman) yang berkaitan dengan kasus tersebut. Data tersebut menunjukkan bahwa aktivitas jasa titip luar negeri telah berkembang dalam skala yang cukup besar di Indonesia, sehingga tidak hanya menjadi alternatif dalam memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga menjadi fenomena bisnis yang perlu mendapat perhatian dari berbagai pihak.

Meskipun layanan jastip memberikan kepraktisan bagi konsumen untuk memperoleh produk yang diinginkan, keberadaan layanan ini juga menimbulkan beberapa permasalahan, khususnya bagi konsumen Muslim yang memiliki kewajiban untuk mengonsumsi dan menggunakan produk yang halal. Dalam ajaran Islam, setiap umat Islam, penggunaan dan konsumsi suatu produk harus memenuhi prinsip-prinsip kehalalan yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an dan Hadis sebagai sumber utama hukum Islam. Namun dalam praktiknya, tidak semua produk yang didapat melalui layanan jastip, terutama produk impor dari negara luar, mempunyai sertifikat status halal yang resmi juga diakui di Indonesia. Kondisi ini menimbulkan ketidakpastian bagi konsumen Muslim dalam memastikan status kehalalan produk yang dibeli melalui layanan jasa titip (Dinda, 2024).

Seiring meningkatnya masuknya berbagai produk impor melalui layanan jasa titip, pemerintah memberikan perhatian khusus terhadap aspek kehalalan produk yang beredar di masyarakat. Dalam hal ini, Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan menyampaikan bahwa makanan dan barang yang dibawa dari luar negeri

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

melalui jasa titip tidak dapat diperdagangkan di Indonesia apabila belum memiliki sertifikasi halal yang diakui secara resmi oleh Pemerintah Indonesia (Kementerian Perdagangan RI, 2024). Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kondisi yang diharapkan, yaitu kewajiban bagi umat Muslim untuk mengonsumsi produk halal yang telah terjamin kehalalannya (BPJPH, 2024) dengan kondisi yang terjadi di lapangan, yaitu maraknya peredaran produk impor melalui layanan jasa titip yang belum tentu memiliki jaminan halal yang jelas.

Berbagai faktor dapat memengaruhi minat masyarakat Muslim dalam menggunakan layanan jasa titip untuk mendapatkan produk halal. Salah satu faktor yang dianggap penting adalah *halal awareness*, yaitu tingkat kesadaran dan pemahaman konsumen mengenai pentingnya kehalalan suatu produk. Konsumen yang mempunyai kesadaran halal umumnya akan lebih berhati-hati dalam memilih produk serta lebih memperhatikan status kehalalannya sebelum melakukan pembelian. Oleh karena itu, peningkatan kesadaran halal dapat mendorong konsumen untuk lebih mengutamakan aspek kehalalan dalam setiap keputusan pembelian yang dilakukan (Khadijatul et al., 2022)

Selain itu, faktor *trust* (kepercayaan) memiliki peran penting dalam membentuk minat konsumen menggunakan layanan jasa titip. Namun, di tengah meningkatnya penggunaan layanan ini, muncul berbagai permasalahan krusial yang dapat menurunkan tingkat kepercayaan konsumen, seperti kasus penipuan, ketidaksesuaian barang, kurangnya transparansi biaya, serta keterlambatan pengiriman. Kondisi ini terjadi karena dalam transaksi berbasis perantara, konsumen tidak dapat memverifikasi keaslian produk maupun proses pembelian secara langsung, sehingga bergantung sepenuhnya pada integritas penyedia layanan. Oleh karena itu, kepercayaan menjadi faktor penentu apakah konsumen merasa aman dan bersedia melakukan transaksi. Ketika kepercayaan terganggu, minat beli dapat menurun, sebaliknya tingkat kepercayaan yang tinggi dapat mendorong loyalitas, rekomendasi positif, dan keputusan pembelian ulang (Hoque et al., 2025).

Kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan merupakan dua konsep yang memiliki keterkaitan erat dalam konteks perilaku konsumen. Kepercayaan umumnya terbentuk setelah pelanggan memperoleh pengalaman yang memuaskan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

terhadap suatu produk atau layanan. Selaras dengan temuan tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Yuliani et al., (2026) menyatakan bahwa “Kepercayaan berfungsi sebagai dasar hubungan antara pelanggan dan penyedia layanan yang memungkinkan terciptanya kepuasan dan loyalitas jangka panjang.” Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan yang tinggi dapat mendorong terjalinnya relasi jangka panjang antara konsumen dan penyedia layanan. Selain itu, pelanggan yang merasa puas cenderung menyampaikan pengalaman positif mereka kepada orang lain. Oleh karena itu, dalam beberapa tahun terakhir kepuasan pelanggan menjadi fokus utama bagi banyak organisasi bisnis karena diyakini mampu memengaruhi persepsi pelanggan, meningkatkan loyalitas, serta memperkuat daya saing perusahaan di pasar (Adji & Semuel, 2014).

Aspek lain yang pula berpotensi mempengaruhi atensi konsumen merupakan *perceived ease of use* ataupun anggapan kemudahan pemakaian. *Perceived ease of use* ialah anggapan orang menimpa sepanjang mana sesuatu sistem ataupun teknologi bisa digunakan dengan gampang tanpa membutuhkan usaha yang besar dalam pengoperasiannya. Dalam konteks layanan jasa titip yang banyak memanfaatkan media sosial dan platform digital, kemudahan dalam proses pemesanan, komunikasi, serta transaksi menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan minat konsumen dalam menggunakan layanan tersebut. Apabila pengguna menilai suatu sistem mudah digunakan, maka mereka cenderung merasakan manfaat yang lebih besar dari sistem tersebut (Juliana et al., 2025).

Temuan dari sejumlah penelitian sebelumnya mengindikasikan bahwa minat konsumen dalam menggunakan suatu layanan maupun melakukan pembelian produk dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya *halal awareness*, *trust*, dan *perceived ease of use*. Penelitian yang dikemukakan oleh Azzahra et al., (2025) serta Ratnasari et al., (2025), menggambarkan bahwa tingkat kepercayaan konsumen dan persepsi terhadap kemudahan penggunaan layanan memiliki peran penting dalam mendorong ketertarikan konsumen untuk memanfaatkan layanan digital. Selain itu, Berdasarkan hasil pengkajian oleh Sara et al (2022), juga Hafizah et al., (2025) mengungkapkan kesadaran yaitu aspek kehalalan terbukti menjadi salah satu faktor yang secara signifikan memengaruhi minat konsumen. maupun keputusan pembeli dalam membeli produk halal. Temuan-temuan tersebut

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran halal, kepercayaan, dan persepsi kemudahan penggunaan yang dimiliki konsumen, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menggunakan suatu layanan atau melakukan pembelian produk.

Hasil berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *halal awareness*, *trust*, dan *perceived ease of use* merupakan faktor yang berpotensi Memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Meskipun demikian, temuan dari sejumlah studi belum menunjukkan hasil yang konsisten. Temuan dari beberapa penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut belum tentu memiliki peran yang signifikan dalam mendorong minat konsumen untuk melakukan pembelian. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Fahmi (2024), menemukan bahwa *halal awareness* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen. Selain itu, penelitian Juniwati (2025) juga menunjukkan bahwa *trust* dan *perceived ease of use* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan suatu layanan. Adanya perbedaan hasil antarpelitian tersebut mengindikasikan masih terdapat ketidakkonsistenan temuan empiris yang mencerminkan adanya *research gap*. Oleh karena itu, kajian lanjutan diperlukan guna memperluas pemahaman terhadap fenomena yang diteliti, khususnya terkait pengaruh ketiga variabel tersebut dalam konteks penggunaan layanan jasa titip untuk pembelian produk halal.

Untuk memperoleh gambaran awal mengenai fenomena penggunaan jasa titip (jastip) produk halal pada masyarakat Muslim, peneliti melakukan pra-research melalui kuesioner yang diberikan kepada 30 partisipan penelitian yang merupakan masyarakat Muslim yang mengetahui atau pernah menggunakan layanan jasa titip. Hasil pra-research mengindikasikan mayoritas responden mempunyai perhatian yang tinggi pada aspek kehalalan produk yang dibeli. Sebanyak 90% tanggapan responden mengindikasikan bahwa kejelasan informasi halal berperan sebagai faktor penting dalam keputusan pembelian, dan sekitar 93% responden menyatakan selalu mempertimbangkan status kehalalan sebelum membeli suatu produk. Selain itu, faktor kepercayaan terhadap penyedia jasa titip juga terlihat cukup tinggi, di mana sekitar 87% responden percaya bahwa penyedia jasa titip akan membelikan produk sesuai dengan pesanan, serta 77% responden meyakini bahwa jasa titip

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

memberikan informasi yang jujur terkait produk yang ditawarkan. Dari sisi kemudahan penggunaan layanan, sekitar 87% responden menyatakan bahwa proses pemesanan jasa titip mudah dipahami, dan 90% responden menilai bahwa transaksi jasa titip terasa mudah, praktis, dan tidak rumit. Temuan lainnya menunjukkan bahwa sekitar 90% responden tertarik menggunakan jasa titip untuk membeli produk halal dan memiliki niat untuk menggunakan layanan tersebut di masa mendatang apabila membutuhkan produk halal tertentu. Hasil pra-research ini menunjukkan bahwa *faktor halal awareness, trust, serta perceived ease of use* berpotensi berdampak pada tingkat ketertarikan masyarakat Muslim dalam menggunakan layanan jasa titip produk halal, sehingga perlu diteliti lebih lanjut dalam penelitian ini.

Dengan begitu, adanya perbedaan hasil studi sebelumnya serta pra-research yang telah dilakukan penulis terkait halal awareness, trust, dan perceived ease of use terhadap minat konsumen, Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor utama yang melatarbelakangi dilaksanakannya penelitian ini. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan variabel *halal awareness, trust, dan perceived ease of use* karena ketiga variabel tersebut memiliki peran penting dalam memengaruhi minat konsumen untuk memanfaatkan layanan jastip produk halal. Kesadaran halal merupakan faktor penting karena membantu konsumen memastikan bahwa produk yang dipilih telah memenuhi ketentuan syariat Islam. Dalam konteks jastip produk halal, aspek ini menjadi relevan karena status dan kejelasan kehalalan produk masih menjadi salah satu pertimbangan utama bagi konsumen. *Perceived ease of use* dipilih karena, berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Mishra et al., (2023).

Konsep *perceived ease of use* atau persepsi kemudahan penggunaan dijelaskan sebagai konsep kognitif (berkaitan dengan cara berpikir) yang dapat memengaruhi kepuasan seseorang. Berdasarkan teori pembelajaran kognitif, pengguna cenderung ingin mengurangi beban berpikir ketika membuat suatu keputusan. Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada tingkat keyakinan pengguna bahwa suatu sistem baru dapat digunakan dengan mudah dan tanpa mengalami kendala yang berarti dalam pengoperasiannya (Juniwati, 2015). Objek penelitian ini berfokus pada masyarakat Muslim di Indonesia. Khususnya masyarakat muslim yang berdomisili di Provinsi DI Yogyakarta, Jawa barat, Jawa timur dan DKI Jakarta. Pemilihan keempat

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

provinsi tersebut didasarkan pada tingginya tingkat aktivitas transaksi e-commerce yang tercermin dari persentase penduduk yang melakukan transaksi online serta pertumbuhan pengguna e-commerce yang tinggi (Datanesia, 2022). Pertimbangan dalam penentuan wilayah penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.3 yang memperlihatkan 10 daerah dengan persentase penduduk bertransaksi e-commerce tertinggi di Indonesia periode 2019–2021.

10 Daerah dengan Penduduk Bertransaksi E-Commerce Tertinggi (Rata-rata 2019-2021)					
Urutan	Daerah	Jumlah Penduduk	Jumlah Penjual dan Pembeli Melalui Internet	Penjual dan Pembeli Melalui Internet terhadap Jumlah Penduduk (%)	Pertumbuhan 2019-2021 (%)
1	Kota Yogyakarta	436.220	161.031	36,9	16,3
2	Kota Bekasi	3.028.683	816.351	27,0	103,2
3	Kota Depok	2.441.837	659.958	27,0	82,7
4	Kota Madiun	177.359	46.273	26,1	50,6
5	Kota Jakarta Pusat	923.343	241.420	26,1	76,3
6	Kota Jakarta Selatan	2.276.164	612.634	26,9	47,0
7	Kota Bandung	2.529.714	616.109	24,4	61,5
8	Kota Bogor	1.112.465	236.225	21,2	113,5
9	Kota Jakarta Timur	2.939.583	662.434	22,5	61,7
10	Kota Salatiga	195.565	46.249	23,6	38,5
	Nasional	269.733.549	26.676.455	9,9	60,8

Gambar 1. 3 Penduduk Bertransaksi Online Tertinggi
Sumber: Datanesia (2022)

Berdasarkan Gambar 1.3, terlihat bahwa Kota Yogyakarta menempati peringkat pertama dengan persentase penduduk yang melakukan transaksi e-commerce sebesar 36,9%, diikuti oleh Provinsi Jawa Barat yaitu Kota Bekasi dan Kota Depok yang masing-masing mencapai 27,0%, serta Kota Bandung dan Kota Bogor. Selain itu, beberapa wilayah di DKI Jakarta, yaitu Jakarta Pusat, Jakarta Selatan, dan Jakarta Timur juga termasuk dalam daftar daerah dengan tingkat transaksi e-commerce tertinggi. Sementara itu, Kota Madiun yang berada di Provinsi Jawa Timur turut menunjukkan tingkat partisipasi masyarakat yang tinggi dalam aktivitas perdagangan elektronik. Data tersebut menunjukkan bahwa wilayah-wilayah yang berada di Provinsi DI Yogyakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, dan DKI Jakarta merupakan daerah yang memiliki tingkat adopsi e-commerce relatif tinggi dibandingkan wilayah lainnya di Indonesia.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini memilih Provinsi DI Yogyakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, dan DKI Jakarta sebagai wilayah penelitian karena provinsi-provinsi tersebut merepresentasikan daerah dengan tingkat penggunaan e-commerce yang tinggi (Datanesia, 2022). Pemilihan pada tingkat provinsi dilakukan untuk memperoleh cakupan responden yang lebih luas dibandingkan hanya berfokus pada kota tertentu. Melalui hasil yang diperoleh, penelitian ini diharapkan berkontribusi dalam memberi informasi lebih jelas mengenai representatif perilaku masyarakat Muslim di Indonesia dalam menggunakan layanan jastip produk halal melalui platform digital. Selain itu, tingginya aktivitas transaksi online di wilayah tersebut mencerminkan bahwa masyarakatnya telah memiliki tingkat keterlibatan yang baik terhadap e-commerce, sehingga relevan dengan tujuan penelitian yang mengkaji minat membeli melalui layanan jastip produk halal.

Dibandingkan dengan studi terdahulu, penelitian ini menawarkan sejumlah unsur kebaruan yang menjadi pembeda dalam kajian yang dilakukan, terletak pada melihat minat perilaku konsumen Muslim terhadap penggunaan jasa titip (jastip) dalam memperoleh produk halal dengan pengaruh variabel *halal awareness*, *trust*, dan *perceived ease of use*. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak membahas faktor-faktor tersebut dalam konteks penggunaan platform e-commerce dan jastip saja, sementara aspek pembelian produk halal melalui jasa titip belum banyak mendapat perhatian. Berangkat dari kondisi tersebut, penelitian ini berupaya memahami pengaruh *halal awareness*, *trust*, dan *perceived ease of use* terhadap minat konsumen dalam membeli produk halal melalui layanan jasa titip. Kajian ini menjadi menarik karena mengangkat fenomena yang berkembang seiring kemajuan bisnis digital, sekaligus menghadirkan konteks yang berbeda dibandingkan penelitian terdahulu.

Dengan menempatkan tiga variabel ini pada lingkup pembelian produk halal dari luar negeri melalui layanan jasa titip, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan sekaligus memperkaya khazanah penelitian mengenai pemasaran produk halal di Indonesia. Temuan yang dihasilkan diharapkan tidak hanya memperluas wawasan akademis terkait perilaku konsumen Muslim, tetapi juga menjadi bahan pertimbangan bagi

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pelaku industri halal dan penyedia layanan jasa titip dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya aspek kehalalan produk serta membangun tingkat kepercayaan konsumen yang lebih baik. Hal ini relevan mengingat semakin berkembangnya tren konsumsi produk halal impor di kalangan masyarakat Muslim Indonesia.

Berdasarkan fenomena tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan layanan jasa titip dalam memperoleh produk halal menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti, khususnya dalam konteks perilaku konsumen Muslim di era ekonomi digital. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan guna menganalisis pengaruh *halal awareness*, *trust*, dan *perceived ease of use* terhadap minat membeli melalui jasa titip produk halal pada masyarakat Muslim di Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian pemasaran produk halal serta memberikan wawasan kepada pelaku usaha jasa titip dalam upaya membangun dan meningkatkan kepercayaan konsumen, kemudahan layanan, serta kesadaran halal dalam memenuhi kebutuhan konsumen Muslim.

1.2 Rumusan Masalah

Perkembangan ekonomi digital tersebut tidak hanya mendorong pertumbuhan sektor e-commerce dan fintech, tetapi juga memunculkan berbagai model bisnis baru dalam aktivitas perdagangan dan konsumsi. Salah satu fenomena yang berkembang di Indonesia adalah layanan jasa titip (Jastip) (Azzahra et al., 2025). Jasa titip semakin berkembang karena memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh berbagai produk yang tidak tersedia di pasar lokal, termasuk produk impor dari luar negeri (Fathoni, 2024). Namun, meskipun layanan jasa titip memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkan, keberadaan layanan ini juga menimbulkan beberapa permasalahan, khususnya bagi konsumen Muslim yang memiliki kewajiban untuk mengonsumsi dan menggunakan produk yang halal. Tidak semua produk yang didapatkan dari layanan jasa titip, terutama produk impor dari negara luar dengan status halal telah tersertifikasi secara resmi yang diakui di Indonesia. Kondisi ini menimbulkan ketidakpastian bagi konsumen Muslim dalam memastikan status kehalalan produk yang dibeli melalui layanan jasa titip (Dinda, 2024).

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Di sisi lain, keputusan atau minat masyarakat Muslim dalam menggunakan layanan jasa titip tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ketersediaan produk, tetapi juga oleh berbagai faktor perilaku konsumen, seperti tingkat kesadaran terhadap kehalalan produk (*halal awareness*), tingkat kepercayaan terhadap penyedia jasa titip (*trust*), serta persepsi kemudahan penggunaan layanan (*perceived ease of use*). Ketiga faktor tersebut secara teoritis dapat memengaruhi minat konsumen dalam menggunakan suatu layanan berbasis digital. Namun, studi sebelumnya mengindikasikan terdapat variasi hasil mengenai pengaruh *halal awareness*, *trust*, dan *perceived ease of use* terhadap minat konsumen dalam menggunakan suatu layanan atau melakukan pembelian produk. Selain itu, hasil pra-research yang dilakukan peneliti mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat kesadaran halal yang tinggi, tingkat kepercayaan terhadap penyedia jasa titip yang cukup baik, serta persepsi bahwa penggunaan layanan jasa titip relatif mudah. Meskipun demikian, fenomena maraknya produk impor yang belum tentu memiliki jaminan halal melalui layanan jasa titip menunjukkan adanya potensi ketidaksesuaian antara kesadaran konsumen terhadap kehalalan produk dengan praktik konsumsi yang terjadi di masyarakat.

Berdasarkan kondisi tersebut, dapat diidentifikasi bahwa masih terdapat permasalahan terkait bagaimana tingkat *halal awareness*, *trust*, dan *perceived ease of use* memengaruhi minat masyarakat Muslim dalam menggunakan layanan jasa titip untuk memperoleh produk halal, khususnya pada masyarakat Muslim yang berada di wilayah Jabodetabek.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *halal awareness* terhadap minat masyarakat Muslim di Indonesia menggunakan jastip (jasa titip) produk halal?
2. Bagaimana pengaruh *trust* terhadap minat masyarakat Muslim di Indonesia menggunakan jastip (jasa titip) produk halal?
3. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat masyarakat Muslim di Indonesia menggunakan jastip (jasa titip) produk halal?

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.4 Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah yang telah ditetapkan, tujuan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh halal awareness terhadap minat masyarakat Muslim di Indonesia menggunakan jastip (jasa titip) produk halal
2. Untuk menganalisis pengaruh trust costumer terhadap minat masyarakat Muslim di Indonesia menggunakan jastip (jasa titip) produk halal
3. Untuk menganalisis pengaruh perceived ease of use terhadap minat masyarakat Muslim di Indonesia menggunakan jastip (jasa titip) produk halal

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

A. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama pada bidang pemasaran dan perilaku konsumen pada industri halal di era ekonomi digital, serta memperkaya kajian mengenai berbagai faktor yang memengaruhi minat konsumen dalam memanfaatkan layanan ja jastip, terutama dalam konteks pembelian produk halal.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman akademis mengenai peran *halal awareness*, *trust*, dan *perceived ease of use* dalam membentuk minat penggunaan layanan digital oleh konsumen Muslim, serta menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya terkait perilaku konsumen Muslim, pemasaran produk halal, dan perkembangan model bisnis digital seperti jasa titip.

B. Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemahaman bagi pelaku usaha jasa titip terkait determinan yang memengaruhi minat konsumen Muslim dalam menggunakan layanan jasa titip untuk memperoleh produk halal. Dengan memahami pentingnya *halal*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

awareness, trust, dan perceived ease of use, pelaku usaha diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan, transparansi informasi produk, serta membangun kepercayaan konsumen terhadap layanan yang diberikan.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat pemahaman konsumen Muslim mengenai urgensi memperhatikan aspek kehalalan produk yang diperoleh melalui layanan jasa titip, serta mendorong konsumen untuk lebih cermat dalam memilih layanan yang memberikan informasi yang jelas mengenai status kehalalan produk.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku industri produk halal maupun pelaku bisnis digital dalam merumuskan strategi pemasaran dan layanan yang lebih selaras dengan kebutuhan serta preferensi konsumen Muslim di era ekonomi digital.
4. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan serta sumber informasi bagi peneliti berikutnya yang akan melakukan kajian lebih lanjut mengenai perilaku konsumen Muslim, penggunaan layanan jasa titip, maupun faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan layanan berbasis digital dalam konteks industri halal.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Pembahasan dalam penelitian ini dibagi ke dalam lima bab yang tersusun secara sistematis dan saling berkaitan untuk memberikan alur pembahasan yang sistematis dan mudah dipahami.

BAB I Pendahuluan

Bab I berisi penjelasan mengenai latar belakang dengan mendasari pentingnya penelitian dilakukan. Disamping itu, bab ini juga memuat rumusan masalah menjadi dasar dalam mengidentifikasi permasalahan yang diteliti, serta pertanyaan penelitian yang akan terjawab melalui proses penelitian. Selanjutnya, dijelaskan tujuan penelitian yang ingin dicapai dan manfaat penelitian yang diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Pada bagian akhir, disajikan sistematika penulisan sebagai gambaran umum terkait isi pada setiap bab penelitian.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini menyajikan berbagai teori dan konsep yang menjadi landasan dalam penelitian. Kajian teori yang dibahas meliputi konsep-konsep utama yang berkaitan dengan variabel penelitian, yaitu *halal awareness*, *trust*, dan *perceived ease of use*. Bab ini juga mengulas beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan mengidentifikasi persamaan, perbedaan, serta kesenjangan penelitian yang masih perlu dikaji. Sebagai dasar pengembangan penelitian, disajikan pula kerangka pemikiran dan hipotesis yang dirumuskan dengan mengacu pada landasan teori serta temuan penelitian terdahulu.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan pendekatan yang diterapkan dalam pelaksanaan penelitian, mencakup pendekatan penelitian, objek penelitian, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, hingga teknik pengumpulan data. Selain itu, bab ini juga menguraikan metode analisis yang digunakan untuk mengolah data dan menguji hipotesis yang sudah dirumuskan.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab VI memaparkan temuan penelitian yang diperoleh melalui pengumpulan dan pengolahan data. Pembahasan dilakukan secara mendalam dengan menginterpretasikan hasil analisis yang telah diperoleh serta menghubungkannya dengan tujuan penelitian dan teori yang digunakan sebagai landasan penelitian.

BAB V Penutup

Bab terakhir berisi kesimpulan yang disusun berdasarkan hasil penelitian untuk menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Tidak hanya itu, Bab V dipaparkan sejumlah usulan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi berbagai pihak, baik akademisi, praktisi, maupun pembuat kebijakan, sebagai masukan yang dapat digunakan untuk pengembangan penelitian dan praktik di masa mendatang.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Halal Awareness, Trust, dan Perceived Ease of Use terhadap Minat Membeli Melalui Jasa Titip (Jastip) Produk Halal pada masyarakat Muslim di Indonesia. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dengan menggunakan metode Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) juga bantuan aplikasi SmartPLS 4, hasil temuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hasil penelitian menunjukkan perempuan berusia 21-40 tahun merupakan kriteria responden yang dapat dinyatakan paling banyak melakukan jastip produk halal. Produk yang banyak dibeli adalah produk fashion dan cosmetic. Adapun yang menciptakan minat membeli barang halal melalui jastip ke luar negeri adalah Halal awareness dan Trust. Faktor yang paling berpengaruh untuk menimbulkan minat membeli adalah Halal Awareness, disebabkan karena perempuan masyarakat muslim di Indonesia lebih mementingkan kepastian akan produk yang disediakan oleh penyedia jastip. Walaupun masyarakat muslim Indonesia memahami pentingnya pemahaman untuk memilih produk halal, mereka lebih berminat menggunakan jastip ketika penyedia jastip sudah jelas menyediakan produk yang halal.

Trust juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Jastip Produk Halal. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap penyedia jasa titip, baik dari segi keamanan transaksi, keandalan layanan, maupun kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi pesanan, semakin tinggi pula minat konsumen untuk menggunakan layanan tersebut. Kepercayaan menjadi faktor penting karena transaksi jasa titip dilakukan melalui perantara sehingga konsumen tidak berinteraksi langsung dengan produk yang dibeli. Keamanan transaksi tidak menjadi pendorong yang kuat dalam membentuk minat membeli konsumen melalui jastip.

Perceived Ease of Use tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan Jastip Produk Halal. Karena responden pada penelitian ini didominasi dengan karakteristik responden perempuan yang berusia sekitar 21- 40 yang pada



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

umumnya di usia tersebut konsumen dapat dinyatakan aktif dalam menggunakan sosial media sebagai media utama dalam kegiatan jastip. Responden pada umumnya tidak mengalami kesulitan dalam memahami cara menggunakan layanan jasa titip secara digital. Meskipun konsumen menilai layanan jasa titip produk halal mudah dan aman digunakan, kedua hal tersebut bukan merupakan faktor utama yang memengaruhi minat mereka untuk menggunakan layanan jastip. Hasil ini menunjukkan bahwa dalam konteks jasa titip produk halal, konsumen lebih mempertimbangkan aspek kehalalan produk dan kepercayaan terhadap penyedia jasa dibandingkan kemudahan penggunaan layanan.

Halal Awareness, Trust, dan Perceived Ease of Use secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Jastip Produk Halal. Halal Awareness merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap minat penggunaan jasa titip produk halal, diikuti oleh Trust. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen Muslim cenderung mengutamakan kepastian kehalalan produk sebelum mempertimbangkan faktor lainnya dalam menggunakan layanan jasa titip. Kesimpulannya, minat masyarakat Muslim dalam menggunakan jasa titip produk halal lebih banyak dipengaruhi oleh kesadaran terhadap kehalalan produk dan tingkat kepercayaan kepada penyedia jasa, dibandingkan oleh kemudahan penggunaan layanan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku usaha jasa titip produk halal disarankan untuk lebih meningkatkan kesadaran halal (*halal awareness*) dan kepercayaan (*trust*) konsumen sebagai faktor utama yang terbukti memengaruhi minat penggunaan jasa titip produk halal. Upaya yang dapat dilakukan antara lain dengan memberikan informasi yang jelas mengenai status kehalalan produk, mencantumkan sertifikasi halal apabila tersedia, serta memastikan transparansi dalam proses pemesanan, pembelian, hingga pengiriman produk. Selain itu, penyedia jasa titip juga perlu menjaga kualitas layanan, ketepatan waktu pengiriman, keamanan transaksi, dan kecepatan respon dalam melayani konsumen agar kepercayaan pelanggan dapat terus terjaga dan meningkat.

Dari sisi akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur mengenai perilaku konsumen Muslim, khususnya



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yang berkaitan dengan penggunaan jasa titip produk halal di era digital. Temuan penelitian yang menunjukkan bahwa *Halal Awareness* dan *Trust* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan jasa titip produk halal dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam mengembangkan model perilaku konsumen yang lebih komprehensif. Selain itu, hasil penelitian ini juga memperkuat pentingnya aspek kehalalan dan kepercayaan dalam membentuk keputusan konsumen Muslim dalam memilih suatu layanan berbasis digital.

Selanjutnya, peneliti mendatang disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat penggunaan jasa titip produk halal. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas cakupan wilayah penelitian serta menambah jumlah responden agar hasil yang diperoleh lebih representatif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik. Selain menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian di masa mendatang disarankan untuk menggunakan metode kualitatif atau *mixed methods* agar diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai motivasi, persepsi, dan pengalaman konsumen dalam menggunakan jasa titip produk halal.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



DAFTAR PUSTAKA

1. Wilayah E-Commerce Terbesar di Indonesia - Datanesia. (2022, July 28). Datanesia. <https://datanesia.id/10-wilayah-e-commerce-terbesar-di-indonesia/>
2. Khadijatul Z. HRP, Rahmat Azahar Siregar, Muslim Marpaung, & Rahmat. (2022). Analysis of the Effect of Halal Awareness, Subjective Norms, Attitudes and Intentions on Consumer Interest and Use of Halal Cosmetics. *International Journal of Economics (IJECE)*, 1(2), 300–314. <https://doi.org/10.55299/ijec.v1i2.102>
3. Ahdiat. (2024, March 26). *Produk Apa yang Banyak Dibeli Lewat Jastip? Ini Surveinya*. DataBoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/66ea43420432e/produk-apa-yang-banyak-dibeli-lewat-jastip-ini-surveinya>
4. Aji, J., & Samuel, D. H. (2014). Pengaruh Satisfaction Dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbucks The Square Surabaya. In *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* (Vol. 2, Number 1).
5. Adrian, & Riki. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Di Gramedia Online*. 6.
6. Afendi, A., Mashilal, M., Ghofur, A., & Izza, N. B. (2024). Behavior of Halal Cosmetic Product Purchase Decision In Generation Z. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 6(1), 45–66. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2024.6.1.16288>
7. Ahmad Iqbal Fathoni. (2024). ILTIZAM: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam Analisis Eksplorasi terhadap Pola Transaksi Ekonomi Syariah dalam Praktik Jasa Titip (Jastip) atau Personal Shopper INFO ARTIKEL ABSTRACT. *ILTIZAM: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 1(2), 83. <https://journal.ibrahimiy.ac.id/index.php/iltizam>
8. Amalia, F. ; N. Y. (2021). The Role of Trust and Perceived Risk in Influencing Consumer Purchase Intention on Social Commerce. *Journal of Systems and Information Technology*, 23.
9. Ananda, S., & Dwi Lestari, U. (2025). Pengaruh Perceived Risk, Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And Social Influence Terhadap Intention To Use E-Wallet. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 5(1).
10. Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
11. Antara; Hreeloita Dharma. (n.d.). *Kominfo sebut penggunaan digitalisasi pada lansia masih rendah* - ANTARA News. Retrieved July 8, 2026, from <https://www.antaranews.com/berita/2472969/kominfo-sebut-penggunaan-digitalisasi-pada-lansia-masih-rendah>

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- APJII. (2025). *Survei APJII: Pengguna Internet Indonesia 2025 Tembus 229 Juta Jiwa*. DetikInet. <https://inet.detik.com/telecommunication/d-8047759/survei-apjii-pengguna-internet-indonesia-2025-tembus-229-juta-jiwa>
- Arulla, Risnita, Jailani, Ms., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- BPJPH. (2024, October 29). *Kepala BPJPH: Kewajiban Sertifikasi Halal Untuk Perlindungan Konsumen dan Kemudahan Pelaku Usaha | Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal*. 2024. <https://bpjph.halal.go.id/detail/kepala-bpjph-kewajiban-sertifikasi-halal-untuk-perlindungan-konsumen-dan-kemudahan-pelaku-usaha>
- Enda. (2024, May). *Kehalalan Produk Jastip, Fakta yang Sering Terlewatkan | IHATEC*. Ihatec.Com. <https://ihatec.com/kehalalan-produk-jastip/>
- Indukcapil. (2026, March). *Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Agama Semester II 2025, Mayoritas Islam – Dataloka.id*. Dataloka.Id. <https://dataloka.id/humaniora/6384/jumlah-penduduk-indonesia-berdasarkan-agama-semester-ii-2025-mayoritas-islam/>
- Dwi Azzahra, F., Putri Tommy Amanda, M., & Indira Lastari Politeknik Negeri Bandung Abstrak, H. (2025a). Mengukur Pengaruh Layanan Jasa Titip Online Terhadap Preferensi Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(7), 90–104.
- Dwi Ratnasari, Supranoto, Edy Wahyudi, Panca Oktawirani, & Wheny Kristianto. (2025). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking*.
- Ghozali, M. C. Ph. D. P. , & K. M. S. D. A. (2023). *Partial Least Squares (Konsep, Teknik, dan Aplikasi) Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris (Edisi 1)*. Penerbit Yoga Pratama.
- Hafidz, M. ; S. A. ; R. N. (2023). Factors Influencing Intention to Use Halal-Based Delivery Services among Muslim Consumers. *Journal of Preventive Medicine and Digital Health Studies*, 7.
- Hafizah, N. N., Nur, M., & Syahbudin, F. (2025). Analisis Pengaruh Kesadaran Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Gokana Ramen Dan Teppan. *Journal of Islamic Economics, Banking, and Social Finance*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.61111/jiebsf.v1i1.793>
- Hair, J. F. , Hult, G. T. M. , Ringle, C. M. , & Sarstedt, M. (2022). *Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3rd ed.)*. Sage Publications.
- Hoque, A., Bakar, A., & Hamid, A. (2025). *Religious Motivation in Halal Tourism Destination and the Role of Trust and Social Media First Edition*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Irfan Z., & Wardhana, A. (2021). *METODE PENELITIAN PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA*. EUREKA MEDIA AKSARA,.
- Irfan Santoso, T., Taufiq, R., Studi Manajemen, P., Sumatera Selatan, U., & Putera Batam, U. (2022). Pengaruh Kompetensi dan Loyalitas Karyawan terhadap Promosi Jabatan pada PT KEMET Electronics Indonesia Dengan Metode SEM-PLS. In *Journal of Management, Entrepreneur and JMEC* (Vol. 1, Number 1).
- Irwawati, I., Harlinda, H., Tuasamu, F. A. R., Lantara, D., & Lokapitasari Belluano, P. L. (2019). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA SISTEM INFORMASI PERPUSTAKAAN MENGGUNAKAN PIECES FRAMEWORK. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 11(2), 118–128. <https://doi.org/10.33096/ilkom.v11i2.398.118-128>
- Islam, K. M. A., Shahabuddin, A. M., Omeish, F., Bhuiyan, A. B., & Islam, S. (2023). Effects of brand awareness, religious belief, and brand trust on purchase intentions of halal products among young consumers. *Innovative Marketing*, 19(4), 247–256. [https://doi.org/10.21511/im.19\(4\).2023.20](https://doi.org/10.21511/im.19(4).2023.20)
- Jannah, M. R., & Siregar, S. L. (2024). Pengaruh Kemudahan Sistem, Keamanan Sistem dan Tampilan Aplikasi Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah dengan Kualitas Layanan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah*.
- Juliana, J., Limayurid, A. S., Adirestuty, F., Ridlwan, A. A., Rusmita, S. A., & Ismail, S. (2025). Intention to buy halal food through the ShopeeFood application on Generation Z Muslims. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 16(8), 1349–1369. <https://doi.org/10.1108/JIABR-04-2023-0120>
- Juniwati. (2015). Pengaruh Perceived Ease of Use, Enjoyment dan Trust Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Intervening pada Belanja Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak). In *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 4, Number 1).
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2022, December 9). *Tak Hanya Miliki Domestic Market yang Besar, Indonesia Juga Berpeluang Menjadi Produsen Halal Terkemuka Dunia - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4805/tak-hanya-miliki-domestic-market-yang-besar-indonesia-juga-berpeluang-menjadi-produsen-halal-terkemuka-dunia>
- Kementerian Perdagangan RI. (2024, May 29). *Catat, Makanan hingga Barang Jastip dari Luar Negeri Harus Kantongi Sertifikasi Halal | Kementerian Perdagangan Republik Indonesia*. Kemendag. <https://www.kemendag.go.id/index.php/berita/pojok-media/catat-makanan-hingga-barang-jastip-dari-luar-negeri-harus-kantongi-sertifikasi-halal>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Khodijah Sara, S., Mulyawati Ahmad, R., & Arkhang, F. (2022). *Asy-Syarikah PENGARUH KESADARAN HALAL TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK HALAL*. 4(1), 2022. <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>
- Kristianty Eka Wardhani, C., Nursanta, E., & Masitoh, S. (2024). Pengaruh E-Trust, Website Quality, E-Service Quality dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(4), 855–863. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i4.1299>
- Minalu, L., Nadi, ;, Rijali, F., Studi, P., Bisnis, A., Tinggi, S., Tabalong, I. A., Stadion, K., Raga, O., Kawa, S., & Tanjung-Tabalong, P. (2023). *PENGARUH E-TRUST TERHADAP E-CUSTOMER LOYALTY PADA PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE (Studi Kasus pada Pengguna Shopee di Perumahan Swadarma Lestari Maburai Kecamatan Murung Pudak)*. 6.
- Nardiani, M., Saleh, M., & Titaley, H. (2021). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KETERLAMBATAN PADA PROYEK P*. *Jurnal Simetrik*, II.
- Masruroh, B., & Rafikasari, E. F. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran, Sertifikasi, dan Bahan Baku Halal terhadap Minat Beli Produk Halal: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 868–884. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1134>
- Milah, J., Rahayu, F. A., Deswita, R., & Fatimah, W. S. (2024). Pengaruh Halal Awareness dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *AL-MUSAHAMAH: Journal of Islamic Economics, Finance, and Business*, 1(1). <https://doi.org/10.37058/ams.v1i1.11747>
- Mishra, A., Shukla, A., Rana, N. P., Currie, W. L., & Dwivedi, Y. K. (2023). Re-examining post-acceptance model of information systems continuance: A revised theoretical model using MASEM approach. *International Journal of Information Management*, 68. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102571>
- Nasywa Hafizah, Tiara Cantika Pebytabella P, Mutiya Sari, Rahmita Winanda, Rully Hidayatullah, & Harmonedi, H. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian, Jenis Sumber Data Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 3(2), 586–596. <https://doi.org/10.61104/jq.v3i2.1025>
- NOOR ALI FAHMI. (2024). *DETERMINAN NIAT PEMBELIAN PRODUK HALAL DI PROVINSI JAWA TENGAH*.
- Novitasari, D., Chidir, G., Sutardi, D., Iskandar, J., & Pebrina, E. T. (2021). The Role of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: Evidence from Indonesian Working Students. *International Journal of Science and Management Studies (IJSMS)*, 31–44. <https://doi.org/10.51386/25815946/ijsms-v4i1p104>
- Nurazijah, A., & Indriani, F. (2023). *ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI*



VARIABEL PERANTARA (STUDI PADA LAYANAN SHOPEE PAYLATER).
DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT V, 12.

- Nurhalizah, S., Kholijah, G., & Gusmanely, Z. (2024). Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square pada Kinerja Pegawai PT. Bank Pembangunan Daerah Jambi. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 6(2), 125. <https://doi.org/10.13057/ijas.v6i2.78921>
- Setiawati, N., Al Farisi, M. S., & Herawati, E. (2025). Halal Lifestyle, Awareness, and Consumer Behavior: Implications for the Halal Food Market in Dayeuh Village, Indonesia. *JEKSYAH: Islamic Economics Journal*, 5(01), 47–62. <https://doi.org/10.54045/jeksyah.v5i01.2649>
- Pratiwi, S., Nasrul Efendi, Tya Wildana Hapsari Lubis, & Pioner Pelawi. (2024). Impact Of Brand Identity, Halal Awareness On Purchasing Decisions With Promotional Interventions. *Jurnal Ekonomi*, 29(3), 469–486. <https://doi.org/10.24912/je.v29i3.2318>
- Perba, D. S., Dwi Permatasari, P., Tanjung, N., Rahayu, P., Fitriani, R., Wulandari, S., Universitas,), Negeri, I., Utara, S., Muslim, U., & Al Washliyah, N. (2025). ANALISIS PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA. <https://doi.org/10.30651/jms.v10i1.25367>
- Rahayu, S. ; P. A. (2022). The Effect of Trust, Perceived Ease of Use, and Perceived Usefulness on Online Purchase Intention during COVID-19 Pandemic. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 21.
- Rahman, A. ; A. W. (2020). The Influence of Halal Awareness, Halal Certification, and Food Ingredients on Purchase Intention of Halal Food Products. *Journal of Islamic Marketing*, 12.
- Ramadhanti, N. Y., & Tamimi, M. H. (2025). Integrating Halal Consumer Awareness and Sustainability to Enhance Satisfaction and Purchase Decisions in the Franchise Ice Cream Market. *Journal of Applied Food Technology*, 12(2), 173–181. <https://doi.org/10.17728/jaft.29013>
- Risnita, M., Sifwatillah, Jailani, S., & Arestya, D. (2024). TEHNIK ANALISIS DATA KUANTITATIF DAN KUALITATIF DALAM PENELITIAN ILMIAH. 15.
- Saputra, F., & I. G. P. Nugraheni. (2021). Pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap repurchase intention yang dimediasi oleh customer trust. *KINERJA Jurnal Ekonomi Dan Manajemen (Journal of Economics and Business Mulawarman - JEEM)*.
- Sari, M., Rachman, H., Juli Astuti, N., Win Afgani, M., & Abdullah Siroj, R. (2022). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 10–16. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Setiawan, U. K., Setyadi, H. J., & Widagdo, P. P. (2023). Evaluasi Kesuksesan Sistem Informasi Terpadu Layanan Prodi (SIPLD) Menggunakan Model Delone Dan Mclean Pada Fakultas Teknik Universitas Mulawarman. *Adopsi Teknologi Dan Sistem Informasi (ATASI)*, 2(1), 48–58. <https://doi.org/10.30872/atasi.v2i1.536>
- Septiani, D., & Ridlwan, A. A. (2020). The Effects of Halal Certification and Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food Products in Indonesia. *Indonesian Journal of Halal Research*, 2(2), 55–60. <https://doi.org/10.5575/ijhar.v2i2.6657>
- Septiani, Y., Arribe, E., & Diansyah, R. (2020). ANALISIS KUALITAS LAYANAN SISTEM INFORMASI AKADEMIK UNIVERSITAS ABDURRAB TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE SEVQUAL (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru).
- Stiabudhi, S. E. M. A. H. , S. S. E. M. S. S. S. S. M. M. Y. A. , & K. M. S. S. (2024). *Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS 4. Indonesia: Borneo Novelty Publishing*. Borneo Novelty Publishing.
- Setiawan, D., & Eko Prasetyo Utomo, P. (2024). Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi. *Universitas Jambi Naskah Diterima: 12 Juni, 01*. <https://doi.org/10.21456/vol14iss1pp77-87>
- Sianipar, N. T. M., & Djameluddin, S. (2023). Hubungan Literasi Digital dengan Keputusan Belanja Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(2), 187–200. <https://doi.org/10.14710/jab.v12i2.52938>
- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Sutedjo, A. (2021). ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, SERTA PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN BELANJA ONLINE SHOPEE. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi, Dan Manajemen TRI BISNIS*.
- Syahputri, Z., Fallenia, D., & Syafitri, R. (2023). *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>
- Tsabanjati, S., & Safitri, T. A. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan, Shopee Paylater, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Usia Produktif*. 10, 444–455.
- Uljannah, L. P., & Santoso, A. (2024). PENGARUH DAYA TARIK KONTEN, KEAMANAN INFORMASI, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PENGGUNA SHOPEE. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 124. <https://doi.org/10.30738/jm.v14i2.4211>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Wulandari, C., & Efendi, D. (2022). PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11.

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. 3(2).

Yanti, S. D., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018). *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 47–61. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.728>

Yuliani, L., Kurnia Gusti, Y., & Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta, S. (2026). SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah Peran Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Jasa Servis Iphone Nonresmi. *Jurnal Riset Ilmiah*, 5(2). <https://doi.org/10.55681/sentri.v5i2.5602>

Yusuf, M. (2022). Pengaruh Promosi, Gaya Hidup, dan Persepsi Risiko terhadap Niat Beli Motor Listrik menggunakan Metode SEM - PLS. *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan*, 6(2), 241–248. <https://doi.org/10.33379/gtech.v6i2.1685>

Zuhdi, D., Yasya, W., & Dwinarko. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Pengalaman Pembelian Online terhadap Minat Beli di E-Commerce Shopee. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i2.14761>

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



LAMPIRAN

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1 Koesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr.Wb.

Hallo, Perkenalkan saya Salsabilla Julia Putri, mahasiswa Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah, Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian dalam rangka menyusun Skripsi dengan judul "Pengaruh Halal Awareness, Trust, dan Perceived Ease of Use Terhadap Minat Membeli Melalui Jada Titip Produk Halal Pada Masyarakat Muslim Indonesia."

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Saudara/i untuk berpartisipasi dengan mengisi Kuesioner singkat dengan kriteria responden sebagai berikut:

1. Beragama Islam
2. Berusia 21 - 40 tahun
3. Berdomisili di Prov DI Yogyakarta, Prov Jawa Barat, Prov Jawa Timur dan Prov DKI Jakarta.
4. Pernah membeli atau mengetahui Jastip Produk Halal

Partisipasi Saudara/i akan sangat membantu kelancaran penelitian ini dan mengetahui apa saja pengaruh yang dapat mempengaruhi masyarakat melakukan pembelian produk halal melalui jastip? Seluruh jawaban responden bersifat rahasia dan hanya untuk keperluan penelitian dan akademi. Atas kesediaan dan waktunya saya ucapkan terima kasih.

a. Tahap *Screening*

Apabila responden menjawab "Ya" pada pertanyaan dibawah ini, maka responden dapat melanjutkan ke pertanyaan berikutnya. Namun, apabila responden menjawab "Tidak", maka responden tidak dapat melanjutkan pengisian kuesioner.

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden	
		Ya	Tidak
1	Apakah anda beragama Islam ?		
2	Apakah Mengetahui atau pernah berbelanja Produk Halal melalui Jastip		

b. Informasi Responden

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
1.	Jenis Kelamin	☐ Laki-laki ☐ Perempuan
2.	Usia anda saat ini ?	☐ 21 - 24 ☐ 25 – 40



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

		☐ >40
3.	Domisili anda saat ini?	☐ Prov. DI Yogyakarta ☐ Prov. Jawa Barat ☐ Prov. Jawa Timur ☐ DKI Jakarta

c. Pertanyaan Kuesioner

No	Pertanyaan Variabel	LIKERT SCALE			
		1	2	3	4
HALA AWARENESS					
1	Saya memahami pentingnya memilih produk yang halal.				
2	Saya mengetahui bahwa kehalalan produk perlu diperhatikan sebelum digunakan.				
3	Saya selalu memperhatikan status halal sebelum melakukan transaksi.				
4	Saya merasa ragu menggunakan produk yang kehalalannya belum jelas.				
5	Saya lebih memilih produk yang memiliki jaminan halal.				
6	Saya menghindari produk yang diragukan kehalalannya.				
TRUST					
7	Saya percaya transaksi jastip produk halal aman untuk dilakukan.				
8	Saya yakin produk halal yang dipesan melalui jastip akan diterima sesuai kesepakatan.				
9	Saya percaya data pribadi customer jastip produk halal akan dijaga dengan baik oleh penyedia layanan.				
10	Saya merasa informasi pribadi saya aman saat menggunakan layanan jastip produk halal.				
11	Saya percaya layanan jastip produk halal mampu memberikan pelayanan yang konsisten.				
12	Saya yakin layanan jastip produk halal dapat memenuhi kebutuhan pengguna dengan baik				
PERCEIVED EASE OF USE					
13	Saya merasa layanan jastip secara digital mudah dipelajari.				
14	Saya cepat memahami cara penggunaan pemesanan layanan jastip secara digital.				
15	Saya merasa pemesanan barang jastip memudahkan saya dalam membeli barang halal yang tidak ada di Indonesia				
16	Saya merasa proses transaksi jastip sederhana				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

17	Saya merasa proses transaksi jastip tidak membingungkan.				
18	Saya merasa penggunaan layanan jastip melalui digital tidak membutuhkan banyak usaha.				
19	Saya merasa nyaman berbelanja dan bertransaksi melalui layanan jastip.				
MINAT KONSUMEN					
20	Saya tertarik mencoba layanan jastip produk halal.				
21	Saya memiliki keinginan membeli melalui jastip produk halal di masa depan.				
22	Saya lebih memilih layanan jastip karena memiliki jaminan produk halal.				
23	Produk atau layanan halal jastip menjadi pilihan utama saya karena saya merasa pemesanan barang jastip memudahkan saya dalam membeli barang halal yang tidak ada di Indonesia.				
24	Saya bersedia merekomendasikan layanan jastip produk halal kepada orang lain.				
25	Saya akan menyarankan teman atau keluarga menggunakan layanan jastip produk halal.				

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2 Jawaban Kuesioner

No	Halal Awaeness					
	H1	H2	H3	H4	H5	H6
1	2	4	3	4	2	3
2	4	2	3	4	3	4
3	3	4	2	4	3	4
4	3	4	4	2	4	3
5	2	4	3	4	3	2
6	4	3	4	3	2	4
7	3	4	4	2	3	2
8	3	2	4	4	3	3
9	2	4	4	3	4	2
10	3	4	4	2	4	3
11	2	2	1	3	2	1
12	1	2	3	1	3	2
13	1	3	2	3	1	2
14	1	3	2	3	1	2
15	1	2	3	3	2	2
16	2	3	3	1	3	2
17	1	3	2	2	1	2
18	2	3	1	2	3	1
19	1	3	2	3	1	2
20	3	4	4	3	4	4
21	3	4	4	3	4	3
22	3	4	4	3	4	3
23	3	4	4	3	4	3
24	3	4	3	4	3	4
25	3	4	3	4	4	3
26	4	4	3	4	3	4
27	3	4	3	4	4	3
28	3	4	3	4	4	3
29	3	4	4	3	4	4
30	4	4	3	4	4	3
31	2	4	3	4	2	3
32	4	2	3	4	3	4
33	3	4	2	4	3	4
34	3	4	4	2	4	3
35	2	4	3	4	3	2
36	4	3	4	3	2	4
37	3	4	4	2	3	2
38	3	2	4	4	3	3
39	2	4	4	3	4	2



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

40	3	4	4	2	4	3
41	2	2	1	3	2	1
42	1	2	3	1	3	2
43	1	3	2	3	1	2
44	1	3	2	3	1	2
45	1	2	3	3	2	2
46	2	3	3	1	3	2
47	1	3	2	2	1	2
48	2	3	1	2	3	1
49	1	3	2	3	1	2
50	3	4	4	3	4	4
51	3	4	4	3	4	3
52	3	4	4	3	4	3
53	3	4	4	3	4	3
54	3	4	3	4	3	4
55	3	4	3	4	4	3
56	4	4	3	4	3	4
57	3	4	3	4	4	3
58	3	4	3	4	4	3
59	3	4	4	3	4	4
60	4	4	3	4	4	3
61	2	4	3	4	2	3
62	4	2	3	4	3	4
63	3	4	2	4	3	4
64	3	4	4	2	4	3
65	2	4	3	4	3	2
66	4	3	4	3	2	4
67	3	4	4	2	3	2
68	3	2	4	4	3	3
69	2	4	4	3	4	2
70	3	4	4	2	4	3
71	2	2	1	3	2	1
72	1	2	3	1	3	2
73	1	3	2	3	1	2
74	1	3	2	3	1	2
75	1	2	3	3	2	2
76	2	3	3	1	3	2
77	1	3	2	2	1	2
78	2	3	1	2	3	1
79	1	3	2	3	1	2
80	3	4	4	3	4	4
81	3	4	4	3	4	3
82	3	4	4	3	4	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerbitan karya ilmiah, penerbitan laporan, penerbitan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

83	3	4	4	3	4	3
84	3	4	3	4	3	4
85	3	4	3	4	4	3
86	4	4	3	4	3	4
87	3	4	3	4	4	3
88	3	4	3	4	4	3
89	3	4	4	3	4	4
90	4	4	3	4	4	3
91	2	4	3	4	2	3
92	4	2	3	4	3	4
93	3	4	2	4	3	4
94	3	4	4	2	4	3
95	2	4	3	4	3	2
96	4	3	4	3	2	4
97	3	4	4	2	3	2
98	3	2	4	4	3	3
99	2	4	4	3	4	2
100	3	4	4	2	4	3
101	2	2	1	3	2	1
102	1	2	3	1	3	2
103	1	3	2	3	1	2
104	1	3	2	3	1	2
105	1	2	3	3	2	2
106	2	3	3	1	3	2
107	1	3	2	2	1	2
108	2	3	1	2	3	1
109	1	3	2	3	1	2
110	3	4	4	3	4	4
111	3	4	4	3	4	3
112	3	4	4	3	4	3
113	3	4	4	3	4	3
114	3	4	3	4	3	4
115	3	4	3	4	4	3
116	4	4	3	4	3	4
117	3	4	3	4	4	3
118	3	4	3	4	4	3
119	3	4	4	3	4	4
120	4	4	3	4	4	3

No	Trust					
	T1	T2	T3	T4	T5	T6
1	4	3	4	2	3	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2	3	2	4	3	2	3
3	3	4	2	3	4	2
4	3	2	4	4	3	2
5	3	4	3	3	4	2
6	3	4	2	4	3	3
7	2	4	4	3	4	2
8	3	4	4	4	2	3
9	3	4	4	3	4	2
10	4	2	4	4	2	3
11	1	2	2	3	1	2
12	2	3	1	3	2	1
13	2	3	3	1	2	1
14	2	3	1	2	3	2
15	3	2	1	3	2	2
16	1	1	3	2	3	2
17	3	3	2	2	2	2
18	2	3	1	2	3	1
19	1	3	2	3	1	2
20	4	3	3	4	3	4
21	4	4	3	4	4	3
22	4	4	3	3	4	3
23	4	4	3	4	3	4
24	4	4	3	4	4	3
25	3	4	3	3	4	3
26	4	4	3	4	3	3
27	3	3	4	3	4	3
28	4	3	4	4	3	4
29	4	3	4	3	3	4
30	3	4	3	4	4	3
31	4	3	4	4	4	3
32	4	3	4	4	3	4
33	1	2	1	1	2	1
34	2	1	1	2	1	2
35	1	2	1	1	2	1
36	1	2	1	1	2	1
37	1	2	1	1	2	1
38	2	2	1	2	1	1
39	1	2	1	1	2	1
40	1	2	1	1	2	2
41	1	2	1	1	2	1
42	1	2	1	1	2	1
43	4	3	4	4	3	4
44	3	3	4	3	4	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

45	4	3	3	4	3	4
46	4	4	3	4	3	3
47	4	4	3	4	3	3
48	4	3	4	4	3	4
49	3	3	4	4	3	4
50	3	4	3	3	4	3
51	3	4	3	3	4	3
52	4	4	3	4	3	3
53	3	3	4	3	4	4
54	3	4	3	3	4	3
55	4	3	4	4	3	3
56	3	4	3	3	4	3
57	4	3	4	3	3	4
58	4	3	4	4	3	4
59	4	3	4	4	3	4
60	4	3	3	4	4	3
61	3	4	3	3	4	4
62	3	4	4	3	4	3
63	3	4	4	3	3	4
64	4	3	4	4	3	4
65	4	3	4	4	3	4
66	3	3	4	3	3	4
67	4	3	4	4	3	3
68	3	4	4	3	4	3
69	4	3	4	4	3	3
70	3	4	3	4	3	3
71	3	4	3	3	4	3
72	3	3	4	3	4	4
73	2	3	3	1	2	3
74	1	3	2	3	1	3
75	2	3	2	1	1	3
76	3	2	1	2	1	3
77	1	1	3	2	3	3
78	1	3	2	1	3	2
79	3	2	3	1	2	3
80	1	1	2	3	3	2
81	1	2	1	3	2	3
82	1	1	2	3	1	3
83	2	1	2	2	1	2
84	2	1	2	2	1	1
85	2	2	1	2	1	1
86	1	2	1	1	2	1
87	2	1	2	2	1	2



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

88	2	1	2	2	1	2
89	2	1	2	2	1	2
90	2	1	2	2	1	2
91	1	2	1	1	2	2
92	1	2	2	1	2	2
93	4	2	3	4	2	3
94	2	3	4	3	3	2
95	4	2	2	3	4	2
96	2	2	3	3	2	4
97	2	4	3	4	2	3
98	3	4	2	4	3	2
99	2	4	3	2	3	4
100	2	4	3	2	4	3
101	4	4	2	3	4	3
102	4	3	4	2	3	4
103	4	4	3	4	3	4
104	4	3	4	4	3	4
105	4	4	3	4	4	4
106	4	3	4	4	3	4
107	4	4	3	4	4	4
108	4	3	4	4	3	4
109	4	4	4	3	3	4
110	3	4	4	3	4	4
111	3	3	4	3	4	4
112	3	4	4	3	4	4
113	3	4	4	3	3	4
114	3	4	4	3	4	4
115	4	4	3	4	4	3
116	3	4	4	4	4	3
117	4	4	4	3	3	4
118	3	3	4	4	4	3
119	3	3	4	4	4	4
120	3	4	4	4	4	3

No	Perceived Ease of Use						
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
1	4	3	2	3	4	2	3
2	4	4	3	4	2	4	3
3	3	4	4	2	3	4	2
4	2	4	3	4	3	2	3
5	2	4	3	4	2	4	3
6	4	3	2	4	4	2	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7	3	4	4	4	2	3	3
8	3	2	4	4	4	2	3
9	3	4	4	2	4	3	3
10	2	4	3	4	3	2	3
11	2	3	3	1	3	2	1
12	1	1	3	2	3	1	3
13	1	3	2	3	3	2	2
14	3	3	1	2	3	1	2
15	1	2	2	3	3	1	2
16	2	3	1	3	1	2	1
17	1	3	2	3	1	2	1
18	3	3	2	3	1	2	2
19	2	3	3	1	3	2	2
20	3	4	4	3	4	3	4
21	3	3	4	4	3	4	3
22	3	4	4	3	4	3	3
23	3	4	4	3	4	3	3
24	3	3	4	3	4	4	3
25	3	4	4	3	4	4	3
26	3	4	4	3	4	4	3
27	4	3	4	4	3	4	3
28	4	4	3	3	4	3	4
29	3	4	3	4	4	3	4
30	3	4	4	3	4	3	4
31	4	3	4	3	4	4	4
32	3	4	3	4	4	3	4
33	2	1	2	2	1	2	1
34	2	2	1	2	1	1	2
35	2	1	2	2	1	2	2
36	2	2	1	2	1	1	2
37	2	1	2	2	1	2	2
38	2	1	2	2	1	1	2
39	1	2	1	1	2	1	2
40	1	2	1	1	2	1	2
41	2	2	1	2	1	1	2
42	1	2	1	1	2	1	2
43	3	3	4	3	4	4	3
44	3	4	3	3	4	4	3
45	3	4	3	3	4	3	4
46	4	3	4	4	3	4	3
47	3	4	4	3	4	3	3
48	3	4	3	3	4	3	4
49	4	3	4	4	3	4	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

50	4	4	3	4	3	4	4
51	4	4	3	4	3	3	4
52	4	3	4	4	3	4	4
53	3	4	4	3	4	3	3
54	4	3	4	4	3	3	4
55	4	3	4	4	3	3	4
56	4	3	4	4	3	3	4
57	4	3	3	4	4	3	4
58	3	4	3	3	4	3	4
59	3	3	4	3	4	4	3
60	4	3	4	3	3	4	4
61	4	4	3	4	4	3	3
62	3	3	4	3	4	4	3
63	4	3	4	4	3	3	4
64	4	3	4	4	3	4	3
65	4	4	3	3	4	3	4
66	3	4	4	3	3	4	4
67	4	3	4	4	3	4	3
68	4	4	3	3	4	3	4
69	4	3	4	4	3	3	4
70	4	3	4	4	3	4	3
71	4	3	3	4	4	3	3
72	4	3	4	4	3	4	3
73	2	3	1	2	1	3	3
74	2	3	3	1	3	2	1
75	2	3	1	2	3	2	1
76	3	2	3	1	3	1	2
77	2	1	2	3	1	3	2
78	1	3	2	1	2	2	3
79	3	1	2	1	1	2	3
80	1	2	2	3	1	3	2
81	3	2	2	3	3	1	2
82	2	1	3	3	1	3	2
83	2	1	1	2	1	2	2
84	1	1	2	1	2	2	1
85	1	2	1	2	2	1	2
86	2	1	2	2	1	2	1
87	2	1	2	2	1	1	2
88	1	2	1	2	2	1	2
89	1	1	2	1	2	2	1
90	1	2	2	1	2	2	1
91	1	2	2	1	2	1	2
92	1	2	1	2	2	1	1



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

93	4	2	3	3	4	2	4
94	4	3	4	2	4	4	3
95	3	4	4	2	2	3	4
96	4	3	2	4	2	3	2
97	4	3	3	4	2	3	2
98	4	4	3	2	3	4	2
99	2	4	3	3	2	4	3
100	2	2	4	4	3	2	3
101	4	2	3	4	3	3	2
102	2	4	3	2	4	3	2
103	4	3	4	4	3	4	4
104	4	4	3	4	4	4	3
105	4	4	3	4	4	3	4
106	4	4	4	3	4	4	3
107	3	4	3	4	4	4	3
108	4	4	3	3	4	4	4
109	3	3	4	4	4	3	4
110	4	4	3	4	4	4	4
111	4	4	4	3	4	3	4
112	4	4	3	4	4	4	4
113	3	4	4	4	3	3	4
114	4	3	4	4	3	4	4
115	4	4	4	3	3	4	4
116	4	4	4	3	3	4	4
117	3	3	4	4	4	4	4
118	4	4	4	4	4	3	3
119	4	4	3	4	4	3	4
120	3	3	2	4	4	4	4

No	Minat Membeli					
	M1	M2	M3	M4	M5	M6
1	2	4	3	4	3	2
2	3	4	2	3	3	4
3	4	3	2	3	4	3
4	3	4	2	3	4	2
5	3	2	4	3	2	3
6	4	3	4	2	3	2
7	2	4	3	4	4	2
8	3	4	4	2	3	2
9	2	4	3	3	4	2
10	4	4	2	4	3	3
11	1	3	3	1	2	2



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

12	2	2	3	1	3	2
13	2	1	3	3	2	2
14	1	3	2	3	2	2
15	1	3	2	3	1	2
16	1	3	2	3	2	2
17	1	3	2	3	2	1
18	1	3	2	1	1	2
19	1	3	2	2	1	2
20	4	4	3	4	3	3
21	4	3	4	4	3	4
22	3	4	4	3	4	3
23	3	3	4	3	4	3
24	4	4	3	4	4	3
25	4	3	4	4	3	4
26	4	3	3	4	3	4
27	3	3	4	3	4	3
28	4	3	3	4	4	3
29	4	3	4	4	3	4
30	4	3	4	3	4	4
31	4	4	4	3	4	3
32	4	4	3	4	4	4
33	1	2	1	1	2	1
34	1	2	1	1	2	1
35	1	2	1	1	2	1
36	1	2	1	1	2	1
37	1	2	1	1	2	1
38	2	1	2	1	1	2
39	2	1	2	2	1	2
40	1	2	1	1	2	2
41	1	2	1	1	2	1
42	1	2	1	1	2	1
43	4	3	4	4	3	4
44	4	3	4	4	3	4
45	3	4	4	3	4	3
46	3	4	4	3	3	4
47	4	3	4	4	3	3
48	3	4	4	3	4	4
49	3	4	4	3	3	4
50	4	3	4	4	3	4
51	4	3	4	4	3	3
52	4	3	4	4	3	4
53	3	4	4	3	4	3
54	3	4	4	3	4	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

55	3	4	4	3	3	4
56	4	4	3	4	3	3
57	4	4	3	4	3	3
58	4	3	3	4	3	4
59	4	3	4	4	3	4
60	3	4	3	3	4	3
61	3	4	4	3	3	4
62	4	3	3	4	3	4
63	4	3	4	4	3	3
64	3	4	4	3	3	4
65	4	3	3	4	4	3
66	4	4	3	4	3	4
67	4	4	3	4	3	3
68	3	3	4	3	4	3
69	3	4	3	3	4	4
70	4	3	4	4	3	3
71	4	3	4	4	3	4
72	4	3	4	4	3	4
73	3	2	1	3	1	2
74	2	3	1	3	2	3
75	1	3	2	3	3	1
76	3	1	2	3	2	1
77	3	1	2	1	3	3
78	3	2	3	1	2	3
79	1	3	1	2	3	3
80	3	3	2	1	2	3
81	1	2	2	1	3	3
82	2	1	3	1	2	3
83	1	1	2	1	2	1
84	1	2	2	1	1	2
85	1	2	2	1	2	1
86	2	1	2	2	1	2
87	1	2	1	1	2	1
88	1	2	1	2	2	1
89	1	2	1	2	2	1
90	2	1	2	2	1	1
91	1	1	2	1	2	2
92	1	2	2	1	2	1
93	3	2	4	3	2	4
94	2	3	4	3	2	2
95	2	3	2	4	3	2
96	4	2	3	2	3	4
97	4	3	2	3	2	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

98	2	3	2	4	4	3
99	4	3	2	2	3	4
100	3	4	2	4	3	2
101	2	4	3	2	4	3
102	4	3	2	4	4	3
103	4	4	3	4	4	3
104	4	4	4	3	4	4
105	4	4	3	4	4	4
106	4	4	3	3	4	4
107	4	3	4	4	3	4
108	3	4	4	3	3	4
109	4	4	3	4	4	4
110	4	4	4	4	4	4
111	4	4	3	3	4	4
112	4	4	3	4	4	4
113	4	4	4	3	4	4
114	4	3	4	4	4	3
115	4	4	4	3	3	4
116	3	3	4	4	4	4
117	4	4	4	3	4	4
118	4	4	4	4	3	3
119	4	4	3	3	3	4
120	4	4	4	4	3	4

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Lampiran 3 Analisis Outer Model

Hasil Outer Loading

Item	Halal _Awareness	Trust	Perceived Ease of Use	Minat _Membeli	Keterangan
H1	0.830				Valid
H2	0.861				Valid
H3	0.785				Valid
H4	0.784				Valid
H5	0.834				Valid
H6	0.854				Valid
T1		0.857			Valid
T2		0.750			Valid
T3		0.851			Valid
T4		0.814			Valid
T5		0.772			Valid
T6		0.825			Valid
P1			0.839		Valid
P2			0.779		Valid
P3			0.830		Valid
P4			0.761		Valid
P5			0.777		Valid
P6			0.830		Valid
P7			0.833		Valid
M1				0.883	Valid
M2				0.779	Valid
M3				0.806	Valid
M4				0.825	Valid
M5				0.799	Valid
M6				0.852	Valid

Hasil Uji Average Variance (AVE)

Variabel	Average variance extracted (AVE)	Keterangan
Halal _Awareness	0.669	Valid
Trust	0.660	Valid
Perceived Ease_of Use	0.652	Valid
Minat _Membeli	0.680	Valid

Nilai Cross Loading

Item	Halal Awareness	Trust	Perceived Ease _of Use	Minat Membeli
------	-----------------	-------	------------------------	---------------

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

H1	0.830	0.755	0.791	0.804
H2	0.816	0.834	0.816	0.823
H3	0.785	0.792	0.748	0.789
H4	0.784	0.776	0.817	0.767
H5	0.834	0.818	0.818	0.827
H6	0.854	0.806	0.819	0.821
T1	0.799	0.857	0.799	0.805
T2	0.723	0.750	0.754	0.744
T3	0.832	0.851	0.823	0.839
T4	0.811	0.814	0.808	0.791
T5	0.779	0.772	0.779	0.777
T6	0.804	0.825	0.770	0.813
P1	0.783	0.781	0.839	0.770
P2	0.783	0.763	0.779	0.769
P3	0.804	0.792	0.830	0.794
P4	0.762	0.747	0.761	0.757
P5	0.784	0.800	0.777	0.792
P6	0.812	0.801	0.830	0.812
P7	0.809	0.802	0.833	0.800
M1	0.876	0.846	0.845	0.883
M2	0.777	0.784	0.769	0.779
M3	0.799	0.797	0.814	0.806
M4	0.804	0.823	0.803	0.825
M5	0.783	0.789	0.769	0.799
M6	0.833	0.804	0.810	0.852

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Keterangan
Halal_Awareness	0.901	0.901	Reliabel
Trust	0.896	0.898	Reliabel
Perceived Ease_of Use	0.911	0.911	Reliabel
Minat_Membeli	0.905	0.907	Reliabel



Lampiran 4 Analisis Inner Model

Hasil Uji R-Square

	R-square	R-square adjusted	Keterangan
Minat _Membeli	0.978	0.977	Kuat

Hasil Uji F-Square

	F-Square	Keterangan
Halal Awareness -> Minat Membeli	0.425	Besar
Trust -> Minat Membeli	0.262	Sedang
Perceived Ease of Use -> Minat Membeli	0.091	Kecil

Hasil Uji Q-Square

Variabel	Q-Square	Keterangan
Minat Membeli	0.976	Sangat Baik

Hasil Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
Halal Awareness -> Minat _Membeli	0.602	0.598	0.079	7.621	0.000	Diterima
Trust -> Minat _Membeli	0.366	0.364	0.065	5.659	0.000	Diterima
Perceived Ease _of Use -> Minat _Membeli	0.027	0.034	0.082	0.330	0.742	Ditolak

Hasil Uji Hipotesis Simultan

F Hitung	F Tabel	Keterangan
1718,91	2,68	Diterima

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta